“*The New Yorker* will be the magazine which is not edited for the old lady in Dubuque”[1] est une formule que l’on peut retrouver sur le prospectus fondateur de 1925 du New York, qui semble cristalliser l’ambition originelle du magazine. Bien plus que du snobisme, le fondateur Harold Ross affirme par là un positionnement éditorial. Autodérision, ironie et décalage resteront les stimulants du magazine jusqu'à aujourd'hui. Plus encore, cette déclaration projette l’image d’un média sûr de sa voix, attaché au temps long et pour un lectorat de choix.[2] Un siècle plus tard, à l’heure où la transition numérique reconfigure en profondeur les pratiques journalistiques, cet ethos fondateur semble toujours bien présent.

The New Yorker s’est imposé comme un magazine singulier, à la fois magazine d’information, espace littéraire et espace de jeu graphique. Son identité repose sur une continuité éditoriale et visuelle : typographie immédiatement reconnaissable, importance structurante de l’illustration par la couverture et du dessin de presse, humour distancié, ainsi qu’une ligne éditoriale fondée sur le reportage long, la fiction, la critique culturelle et le journalisme narratif. Cette cohérence a contribué à faire du *New Yorker* une institution culturelle à part entière, dont l’autorité symbolique dépasse le simple cadre de la presse pour s’inscrire dans un patrimoine médiatique et intellectuel international.

La célébration du centenaire du magazine, en 2025, constitue un moment charnière pour interroger cette identité. À cette occasion, *The New Yorker* a mis en ligne une série d'événements commémoratifs, dont la page intitulée *“100 Years of The New Yorker”*. Dans un contexte où le passage au numérique entraîne souvent une rupture des codes graphiques, une standardisation des interfaces et une primauté accordée à l’instantanéité, le dispositif proposé par le magazine se distingue par sa retenue et sa fidélité aux formes héritées du papier. Le numérique n’y est pas conçu comme une simple adaptation technique, mais comme un espace sémiotique à part entière, capable d’accueillir et de reconfigurer les codes historiques du titre sans en altérer le sens.

Dès lors, on peut se demander en quoi le design de la page anniversaire mobilise-t-il les codes historiques du New Yorker (illustrations, typographie, humour) afin de créer une continuité entre tradition papier et présentation numérique ? Comprendre comment cette continuité ne relève pas que d’une simple reproduction formelle, mais d’une transposition des logiques sémiotiques fondatrices du *New Yorker*.

Tout d’abord nous verrons la continuité visuelle et graphique du site avec le magazine (I), puis la transposition des logiques de mise en page et de lecture héritées du papier dans l’écrit d’écran (II), avant de s’intéresser plus particulièrement à la troisième page, centrée sur la réutilisation de la couverture originelle du *New Yorker*, comme mythe fondateur et figure d’autorité symbolique réactivée dans le numérique (III).

---

[1] Phrase que l’on peut traduire en français par «Le New Yorker sera le magazine qui n'est pas fabriqué pour la vieille dame de Dubuque»
[2] voir en annexe ce premier pamphlet

I Continuité visuelle et graphique : illustrations et typographie comme marqueurs identitaires

1. L'illustration inaugurale : une couverture transposée

Lorsque l'on se rend sur le site internet du New York, on peut cliquer sur le lien hypertexte tout à gauche qui indique : "*100 Year of The New Yorker*". De là s'ouvre sur une illustration recouvrant tout l'écran. Une ville futuriste bleue largement inspirée de New York et qui laisse fièrement trôner au-dessus "The New Yorker 100". Des immeubles, une circulation aérienne, une foule dense et des personnages en mouvements qui évoquent un imaginaire de science-fiction douce, une scène urbaine foisonnante où te superpose. L'œil du lecteur est immédiatement sollicité par la richesse visuelle de l'image, qui invite à une exploration lente et attentive de chaque détail. Fidèle à leur couverture de magazine, espace d'expression critique et poétique, cette illustration agit comme un seuil sémiotique : elle marque l'entrée dans l'univers du New Yorker.

On peut donc dire que l'illustration constitue déjà un récit autonome. Le signifiant visuel (ville animée, verticalité architecturale, densité humaine, mobilité permanente) renvoie à un signifié culturel largement partagé : celui de la modernité urbaine, espace privilégié de l'observation journalistique et du regard critique du *New Yorker*. La ville devient ainsi un condensé symbolique des thématiques chères au magazine : complexité sociale, pluralité des trajectoires individuelles, effervescence culturelle.

L'intégration d'éléments futuristes permet par ailleurs de projeter l'institution dans le temps long. Cette page n'est pas là uniquement pour commémorer le passé; elle se présente comme un observateur des mutations à venir.

2. La typographie comme symbole d'autorité

La typographie utilisée sur l'ensemble des pages analysées repose sur une police serif élégante, immédiatement identifiable comme appartenant à l'univers graphique du *New Yorker*. Cette reconnaissance immédiate participe d'un effet de familiarité : avant même de lire, le lecteur « reconnaît » le magazine. Selon la typologie des signes élaborée par Charles Sanders Peirce[3],cette typographie fonctionne comme un symbole, c'est-à-dire un signe dont la signification repose sur une convention culturelle partagée.

Cette police renvoie à un univers de références savantes littérature, critique, reportage long qui distingue le *New Yorker* d'une presse plus immédiatement informative. Le choix typographique n'est donc pas neutre : il participe activement à la construction de la crédibilité du discours.

Le passage au numérique ne modifie pas cette fonction symbolique ; au contraire, la typographique renforce le sentiment de continuité entre le magazine et le numérique. Dans un environnement numérique souvent marqué par la standardisation des polices, le maintien de cette identité graphique forte agit comme un repère. Le lecteur reconnaît immédiatement le style du *New Yorker* ce qui contribue à maintenir l'autorité symbolique du média.

---

[3] Charles Sanders Peirce, *Écrits sur le signe*, 1931–1958.

II. Transposition des logiques éditoriales du papier vers l'écrit d'écran

1. Une structure linéaire et maîtrisée : continuité de l'expérience de lecture

La navigation proposée sur la page *"100 Years of The New Yorker"* repose sur une organisation linéaire. Le lecteur peut accéder aux différentes sections soit par le menu supérieur, soit par le défilement vertical continu de la page. Cette double possibilité n'introduit pas une logique de dispersion, mais au contraire une hiérarchisation des contenus. Chaque section apparaît comme une étape identifiable dans un parcours de lecture.

Cette structuration évoque directement la logique du magazine papier : couverture, texte éditorial, puis accès progressif aux contenus et aux archives. Le numérique n'est pas ici exploité dans une logique de fragmentation, souvent associée aux interfaces contemporaines. Le lecteur est invité à suivre un chemin éditorial pensé en amont, qui impose un rythme et une temporalité de lecture.

Cette approche peut être analysée à travers le concept d'écrit d'écran développé par Emmanuël Souchier. L'écrit numérique est ici fortement encadré par des normes éditoriales héritées du papier. Le *New Yorker* mobilise les potentialités du numérique tout en en limitant les effets de dispersion. Le dispositif impose ainsi une posture de lecture attentive et prolongée, conforme à l'ethos du magazine.

Ce choix structurel n'est pas neutre : il participe d'une stratégie de continuité identitaire. Le *New Yorker* maintient une relation verticale avec son lecteur, fondée sur l'autorité éditoriale et la confiance. Le numérique devient un espace discipliné, où la liberté du lecteur reste négociée avec une forte intention éditoriale.

2. Le récit historique comme mythe fondateur

La deuxième page introduit une citation signée par David Remnick, rappelant la fondation du magazine en 1925 et la vision de son fondateur, Harold Ross : "In 1925, Harold Ross, *The New Yorker's* founding editor, envisioned a magazine of wit, reporting, fiction, art, and criticism—"a reflection in word and picture of metropolitan life." A century later, *The New Yorker* is still known for its capacity to surprise, delight, and inform with accuracy and depth. Please join us in celebrating a hundred years of the magazine, and enjoy special centenary issues, curated archival collections, exhibits and events, and more."[4]

Cette citation semble jouer le rôle de récit fondateur. Il construit une généalogie prestigieuse du magazine, dans laquelle chaque étape semble découler logiquement de la précédente. Les choix éditoriaux, les valeurs revendiquées et la longévité du titre apparaissent comme les conséquences d'une vision originelle cohérente. Elle participe à ce que Roland Barthes qualifie de mythification[5] : l'histoire du *New Yorker* est présentée comme naturelle, continue, presque évidente. Le mythe opère

---

[4] proposition de traduction : En 1925, le rédacteur en chef fondateur du New Yorker, Harold Ross imaginait un magazine pleins d'humour, de reportages, de fiction, d'art et de critique, « un reflet en mots et en images de la vie métropolitaine ». Un siècle plus tard, le New Yorker est toujours réputé pour sa capacité à surprendre, ravir et informer avec précision et profondeur. Rejoignez-nous pour célébrer les cent ans du magazine et profiter des numéros spéciaux du centenaire, des collections d'archives sélectionnées, des expositions et des événements, et bien plus encore.

[5] BARTHES, Roland. *Mythologies*. Paris : Seuil, 1957.

ici comme un outil de légitimation : il naturalise l'autorité du magazine et renforce sa position dans le champ médiatique.

Le numérique permet une mise en récit stable, sans fragmentation excessive ni appels constants à l'interaction. Le choix d'un texte relativement long, dans un environnement web souvent dominé par la brièveté, constitue un geste éditorial fort. Il affirme la primauté du temps long, valeur centrale du *New Yorker*, et invite le lecteur à adopter une posture de lecture proche de celle du papier.

III. La troisième page : la couverture originelle comme mythe fondateur et figure d'autorité

1. Eustace Tilley : une icône patrimoniale et intemporelle

La troisième page se distingue nettement des précédentes. Là où les deux premières pages donnaient à voir une ville foisonnante, peuplée de figures multiples et de scènes urbaines dynamiques, cette page isole un personnage unique : un homme élégant, à la silhouette allongée, coiffé d'un haut-de-forme, observant le monde avec détachement. Cette figure renvoie explicitement à Eustace Tilley, personnage de la toute première couverture du *New Yorker* publiée en 1925.

Sur le plan sémiologique, Eustace Tilley fonctionne comme un signe iconique au sens de Peirce : il repose sur une ressemblance directe avec la couverture originelle. Mais il est surtout devenu, avec le temps, un symbole culturel, dont la signification dépasse largement sa forme graphique. Le lien entre signifiant (le dessin du personnage) et signifié (l'autorité culturelle du *New Yorker*) est désormais naturalisé par un siècle de circulation médiatique.

Cette figure permet ainsi de rappeler visuellement l'origine du magazine tout en affirmant la continuité de ses valeurs. Le choix de la réactiver dans le cadre du centenaire numérique n'est pas anodin : il s'agit d'un geste patrimonial fort, qui inscrit le *New Yorker* dans une temporalité longue et stabilisée.

Sur le plan plastique, la palette chromatique plus douce (beige, rose pâle, vert, noir) et l'esthétique rétro renforcent cette impression de retrait temporel. Là où les pages précédentes suggéraient le mouvement et la modernité, cette image suspend le temps. Le numérique devient ici un espace de conservation plutôt que de flux, transformant la page web en archive.

2. Une mythification de l'âge d'or du journalisme et de l'autorité culturelle

En mobilisant la couverture originelle et la réutilisant pour l'édition de l'anniversaire des cent ans, le *New Yorker* active ce que Roland Barthes qualifierait de mythe. L'image ne renvoie pas seulement à une date ou à un événement historique précis ; elle naturalise une vision idéalisée du journalisme. L'âge d'or du magazine est présenté comme un moment fondateur dont les valeurs seraient restées intactes : rigueur intellectuelle, humour distancié, exigence esthétique.

Le texte qui accompagne cette image, évoquant les correspondants lointains, les grandes enquêtes internationales, la fiction et la critique, joue un rôle d'ancrage au sens barthésien. L'expression *"our far-flung correspondents"*[6]suggère une omniprésence mondiale depuis un centre symbolique : New York.

[6] proposition de traduction : nos correspondants lointains

Conclusion

La page *“100 Years of The New Yorker”* illustre une stratégie de continuité plutôt que d’innovation de rupture. Par la mobilisation cohérente de ses codes historiques comme l’illustration, la typographie, l'humour et la narration, le magazine parvient à transposer son identité papier dans le numérique. Le design ne se limite pas à accompagner le contenu : il organise l’expérience de lecture et assure une médiation culturelle exigeante.

Le numérique devient ainsi une extension naturelle du magazine, confirmant le *New Yorker* comme un acteur médiatique capable de conjuguer héritage, autorité et adaptation aux mutations contemporaines.

Bibliographie

- BARTHES, Roland. *Mythologies*. Paris : Seuil, 1957.
- JEANNERET, Yves. *Critique de la trivialité*. Paris : Non Standard, 2008.
- LÉVY, Pierre. *L’intelligence collective*. Paris : La Découverte, 1994.
- PEIRCE, Charles Sanders. *Écrits sur le signe*. Paris : Seuil, 1978.
- SOUCHIER, Emmanuël. *L’écrit d’écran*. Paris : Bibliothèque publique d’information, 1998.
- SOUCHIER, Emmanuël ; CANDEL, Béatrice. *Les dispositifs éditoriaux*. Paris : Hermès, 2012.
- *The New Yorker*, pages du centenaire, décembre 2025.
- Page wikipédia The New Yorker

Dimensions	Critères	Dénote	Connote
Éléments contextuels	Type de document / objectifs communicationnels Lieu de médiatisation / Date Type de communication Emetteur / auteur Contexte	Pages web éditoriales et promotionnelles pour le centenaire de *The New Yorker /* Site officiel du *New Yorker*, décembre 2025 /Communication éditoriale institutionnelle *The New Yorker* (direction éditoriale, David Remnick) / Centenaire du magazine (1925–2025) / Retour sur les débuts du magazine (années 1920–1940).	Valorisation d'un héritage culturel et journalistique, légitimation symbolique du média / Inscription dans une temporalité longue (100 ans), célébration mémorielle / Communication de prestige, culturelle, non commerciale directe / Autorité intellectuelle, voix légitime du journalisme anglo-saxon / Mise en récit de l'histoire du magazine comme miroir du monde moderne / Volonté de célébration patrimoniale.

Dimensions iconique (ce qui est représenté)	Personnages (marqueurs esthétiques, ornementaux, proxémique, etc.) Hiérarchisation des éléments formels Identification d'une « scène »	1 ère et 2ème page : Multitude de figures stylisées : citadins, lecteurs, artistes, personnages flottants / Personnages proches, en interaction, parfois en suspension / Ville et foule dominent l'image 3ème page : Un homme stylisé, élégant, portant un haut-de-forme Silhouette allongée, posture digne - reprise de la toute première édition du New Yorker / Absence de scène narrative précise.	1ère page et 2ème page : Humanité diverse, cosmopolite, intellectuelle ; lectorat cultivé / Fluidité sociale, circulation des idées, modernité / Passage du collectif (ville) à l'institution (magazine) / New York comme métaphore du monde contemporain / Intellectuels urbains. 3ème page : Marqueurs esthétiques : costume, chapeau, monocle implicite → figure de l'intellectuel urbain de l'époque / Universalité du personnage, intemporel, hors de toute actualité immédiate.

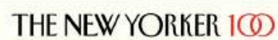
Dimension plastique (matières, termes, couleurs etc) (comment est représenté)	Image du texte (typo, couleur, taille, disposition) Mise en scène (composition, couleurs, ligne de force, fond, prise de vue) Agencement des objets / hiérarchisation plans Couleurs mobilisées Lumière	1ère et 2ème page : Typographie serif élégante, noir et rouge (logo), grands blancs / Composition frontale, perspective centrale, lignes de fuite / Premier plan animé, arrière-plan architectural / Palette limitée : bleu, beige, noir, blanc, rouge / Illustrations dessinées à la main. Fond uni, clair. 3ème page : Palette douce et restreinte : beige, rose pâle, vert, noir Couleurs rétro évoquant les premières décennies du magazine	Sobriété, sérieux, tradition intellectuelle / Vision ordonnée du chaos urbain / Superposition des époques et des récits / Intemporalité, calme, distance analytique / Neutralité, objectivité journalistique / Esthétique vintage.

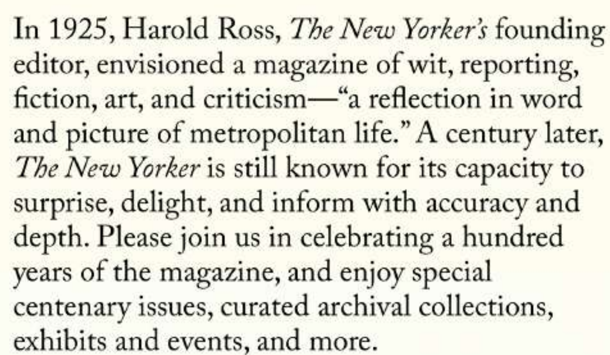
Dimension linguistiques (ce qui est écrit)	Rapport Texte image (ancrage / relais) Marqueurs d'éditorialiste Jeux de mots / figures de style Fond	2ème page : Texte explicatif accompagnant les images / Signature de David Remnick / Ton sobre 3ème page : Mention d'auteurs, de reportages, de thématiques internationales, géopolitiques / expression « our far flung correspondant »	2ème page : Ancrage du sens, lecture guidée / Garantie d'autorité intellectuelle / Primauté du fond sur l'effet / Valeur de transmission et de réflexion / Fonction d'ancrage : le texte guide l'interprétation. Pas de polysémie excessive. / Construction d'une légende collective. / 3ème page : Valorisation de l'ouverture au monde et de la mobilité intellectuelle / Mythification de l'âge d'or du journalisme et de New York comme centre culturel.
Dimension symbolique	Références formelles: code classique observer le monde sous un prisme français sue le 13 novembre Références culturelles « valeurs »	Illustration stylisée, référence à la tradition graphique du *New Yorker* / Regard distancié, analytique, proche de l'esprit critique européen / 3ème page Références culturelles : Esthétique héritée du début du XXe siècle.	Continuité esthétique, fidélité aux origines / Universalisation du modèle culturel / Élites culturelles, modernité occidentale / Supériorité symbolique du journalisme long format

Spécificités de l’ audio		Absence d’audio / Cliquer, faire défiler	Primauté de la lecture / Participation mesurée, lecteur actif
Trivialité (circulation)	Itinéraires sémiotiques (changements de fonction)	Image de couverture → page web → archive	Passage de l’objet presse au patrimoine culturel
Autres	Occurrence, symétrie Type de public Proxémique Mobilisation d'icônes Références	Composition équilibrée, répétitions graphiques / Lecteurs cultivés, urbains, internationaux / Distance respectueuse avec le lecteur / Logo, Eustace Tilley : Personnage récurrent de *The New Yorker*./ Histoire du magazine, journalisme narratif	Public élitiste, capital culturel élevé / Relation intellectuelle, non émotionnelle / Identité forte et reconnaissable / Autorité culturelle mondiale



THE NEW YORKER
100





In 1925, Harold Ross, *The New Yorker's* founding editor, envisioned a magazine of wit, reporting, fiction, art, and criticism—"a reflection in word and picture of metropolitan life." A century later, *The New Yorker* is still known for its capacity to surprise, delight, and inform with accuracy and depth. Please join us in celebrating a hundred years of the magazine, and enjoy special centenary issues, curated archival collections, exhibits and events, and more.

—David Remnick, editor



December 1, 2025

OUR FAR-FLUNG CORRESPONDENTS: A CENTENARY ISSUE

Ben Taub on hunting with the Inuit in Greenland, **Sarah Stillman** on secretive ICE deportations, and **Jon Lee Anderson** on years of conflict in Congo. Plus: **Zach Helfand** on airport lounges, **Gideon Lewis-Kraus** on a global theory of capitalism, fiction by **Daniyal Mueenuddin,** and more.


Read the issue »

ANNOUNCING A NEW WEEKLY MAGAZINE

THE NEW YORKER

⁂

THE NEW YORKER will be a reflection in word and picture of metropolitan life. It will be human. Its general tenor will be one of gaiety, wit and satire, but it will be more than a jester. It will not be what is commonly called radical or high-brow. It will be what is commonly called sophisticated, in that it will assume a reasonable degree of enlightenment on the part of its readers. It will hate bunk.

As compared to the newspaper, The New Yorker will be interpretive rather than stenographic. It will print facts that it will have to go behind the scenes to get, but it will not deal in scandal for the sake of scandal nor sensation for the sake of sensation. Its integrity will be above suspicion. It hopes to be so entertaining and informative as to

ings, goings and doings in the village of New York. This will contain some josh and some news value.

The New Yorker will carry each week several pages of prose and verse, short and long, humorous, satirical and miscellaneous.

The New Yorker expects to be distinguished for its illustrations, which will include caricatures, sketches, cartoons and humorous and satirical drawings in keeping with its purpose.

The New Yorker will be the magazine which is not edited for the old lady in Dubuque. It will not be concerned in what she is thinking about. This is not meant in disrespect, but The New Yorker is a magazine avowedly published for a metropolitan audience and thereby will escape an influence which hampers most national publications. It expects a considerable national circulation, but this will come from persons who have a metropolitan interest.

The New Yorker will appear early in February
The price will be: Five dollars a year
Fifteen cents a copy
Address: 25 West 45th Street, New York City

Advisory Editors

RALPH BARTON
HEYWOOD BROUN
MARC CONNELLY
EDNA FERBER
REA IRVIN
GEORGE S. KAUFMAN
ALICE DUER MILLER
DOROTHY PARKER
LAURENCE STALLINGS
ALEXANDER WOOLLCOTT

H. W. Ross, *Editor*